

IN ASCOLTO



Rosaclelia Ganzerli, Oxfam Italia
Settembre 2018



OXFAM
Italia

CRISI. ISTRUZIONI PER L'USO

- La crisi è continua; non finisce ad un certo punto perché il caso non è più riportato sui giornali
- quando una crisi improvvisa si manifesta, questa va culturalmente colta come una 'opportunità'; con questo mindset l'ascolto diventa necessariamente strutturato e si trasforma in un processo continuo: prima, durante e dopo la comunicazione;
- la comunicazione, se e quando è efficace, è solo uno strumento che rafforza la qualità della relazione, consentendo all'organizzazione di accorciare i tempi di raggiungimento degli obiettivi perseguiti;
- la relazione con gli stakeholder va dunque orientata, agita e misurata in funzione del raggiungimento di obiettivi specifici.

In questo caso l'obiettivo è uscire dalla crisi rafforzando, allargando e migliorando la qualità delle relazioni con i nostri stakeholder, anche e soprattutto, attraverso i nostri comportamenti. Soltanto insieme possiamo aiutarci a capire come, cosa e quando farlo.



ASCOLTO STRUTTURATO



Finalità

- Rafforzare la relazione
- Difendere la reputazione
- Ottenere commitment a continuare a stare al nostro fianco
- Raccolta e analisi dei feedback
- Costruire alleanze finalizzate al superamento della crisi



5 FASI OPERATIVE



1. MAPPATURA degli stakeholder in 22 CATEGORIE
2. DEFINIZIONE DI UN CAMPIONE di 153 soggetti appartenenti alle diverse categorie
3. INTERVISTE TELEFONICHE al campione (dal 9 marzo). Le interviste sono state registrate e i feedback raccolti ed archiviati attraverso schede individuali. Due domande: Cosa hai capito/ricordi; se tu fossi in noi, cosa riterresti necessario fare, anche insieme a te?
4. SURVEY ONLINE costruito sulla base dei feedback, articolato in 4 macrocategorie di sh, e somministrato a 55.000 indirizzi mail validi
5. WORKSHOP per il CAMBIAMENTO

LE INTERVISTE TELEFONICHE

- CONTATTI PREVISTI E DISPONIBILI NELLE 22 CATEGORIE: 153
- CONTATTI RAGGIUNTI NELLE 22 CATEGORIE: **105**

- NUMERO DI OPERATORI CHE HANNO EFFETTUATO LE CHIAMATE: 4
(Clelia, Martina, Marta, Alberto)

- PERIODO DI ASCOLTO: dal 9 marzo-9 maggio

- DURATA MEDIA DELLE CHIAMATE: 10 MINUTI
(min 5 minuti-Opinion Leaders/max 30 minuti lavoratori)

- PREDISPOSIZIONE AL DIALOGO: L'85% è stato valutato come “molto predisposto”, il 12% “abbastanza predisposto”, il 3% “poco predisposto”

COSA CI AVETE DETTO



ESPRESSIONI/PAROLE RICORRENTI:

Mele Marce

Haiti

Prostitute

Festini

Donne

Confederazione

Comportamenti inappropriati

GB

Media

Esagerazione/esagerati

FEEDBACK GENERALE:

- in generale si esprime vicinanza ad Oxfam Italia
- risposte molto diverse fra le categorie di stakeholder, ma omogenee all'interno della stessa categoria
- alcuni temi ricorrenti (necessità di Oxfam Italia di comunicare in maniera più costante e convincente, necessità di un coordinamento di settore)

SONDAGGIO ON LINE

LANCIO: 17 MAGGIO

2 VERSIONI DEL QUESTIONARIO: INTERNI/ESTERNI (a loro volta articolati in 4 gruppi)

RISPOSTE INTERNI (collaboratori, volontari, soci): 111

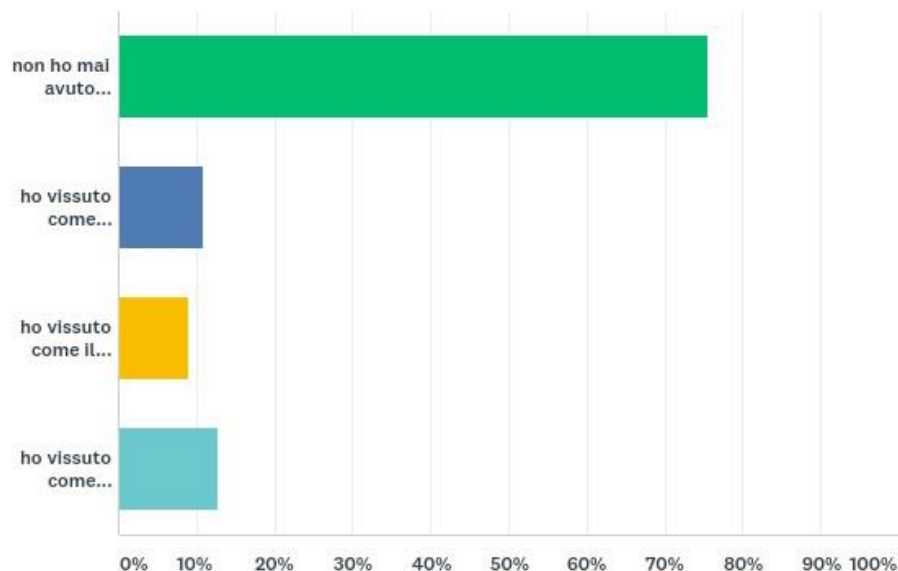
RISPOSTE ESTERNI: 399

DI CUI PICCOLI DONATORI E ATTIVISTI: 375

TEMPO MEDIO DI COMPILAZIONE: 5 MINUTI

Q2 INTERNI. COMPORTAMENTI

Q2 Quali comportamenti impropri hai avuto modo, eventualmente, di sperimentare direttamente o indirettamente in Oxfam?



non ho mai avuto esperienza diretta o indiretta di comportamenti impropri

75,45%

ho vissuto come l'importanza e l'impatto del lavoro di Oxfam possano portare alcuni a sentirsi onnipotenti 10,91%

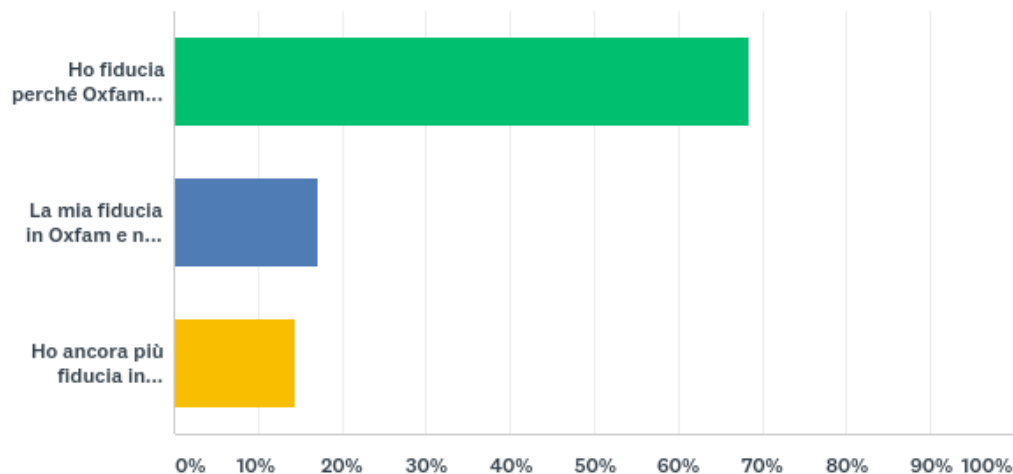
ho vissuto come il desiderio di aiutare gli altri possa celare atteggiamenti maschilisti o machisti 9,09%

ho vissuto come l'importanza e l'impatto del lavoro sul campo possano nascondere un senso di superiorità verso i colleghi o le comunità locali 12,73%



Q4 INTERNI. FIDUCIA

Q4 Da quando sei entrato a far parte di Oxfam Italia, quanto è cambiato il tuo parere nei confronti dell'organizzazione?



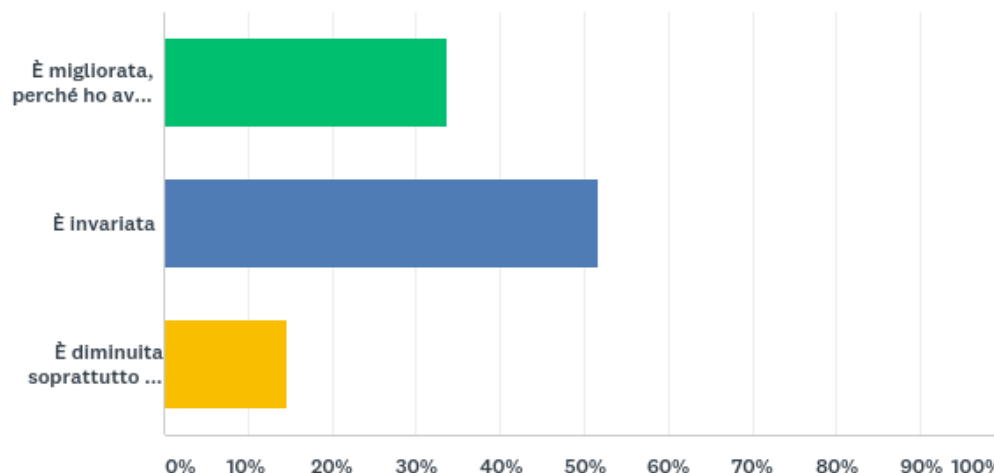
Ho fiducia perché Oxfam, attraverso il suo operato rappresenta i miei valori, oggi come allora 68,47%

La mia fiducia in Oxfam e nel suo operato è diminuita nel tempo 17,12%

Ho ancora più fiducia in Oxfam, perché con il suo operato rappresenta oggi ancora di più e meglio i miei valori 14,41%

Q.2 ESTERNI. FIDUCIA

Q2 Da quando sei entrato in contatto con Oxfam Italia la prima volta, quanto è cambiata la tua opinione nei confronti dell'organizzazione?

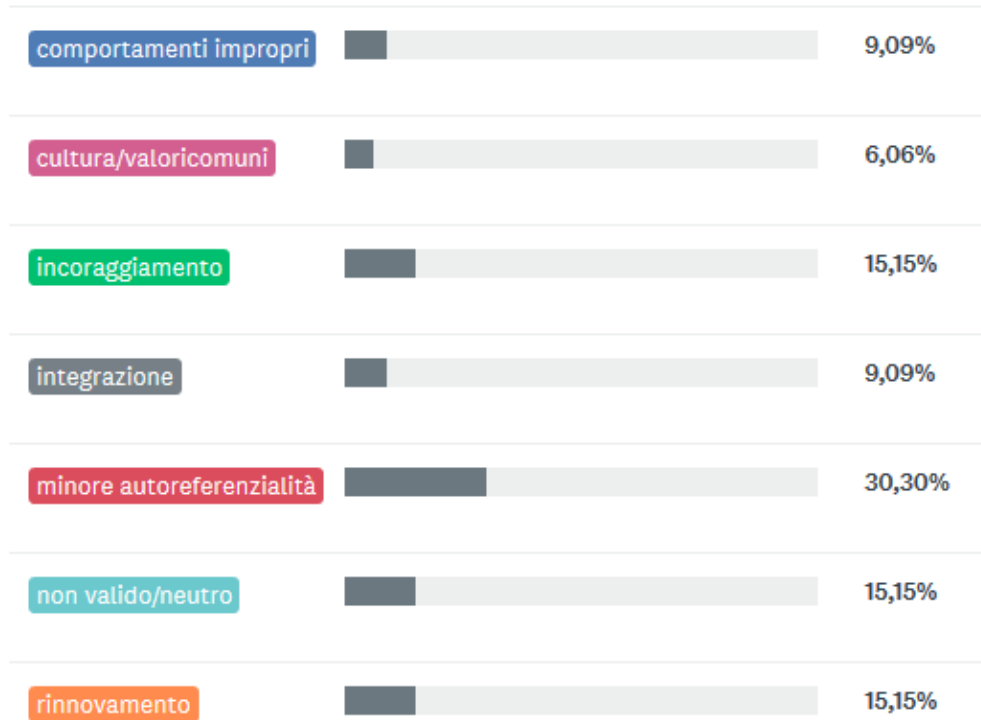


È migliorata, perché ho avuto l'opportunità di conoscere meglio l'importanza del lavoro di Oxfam 33,60%

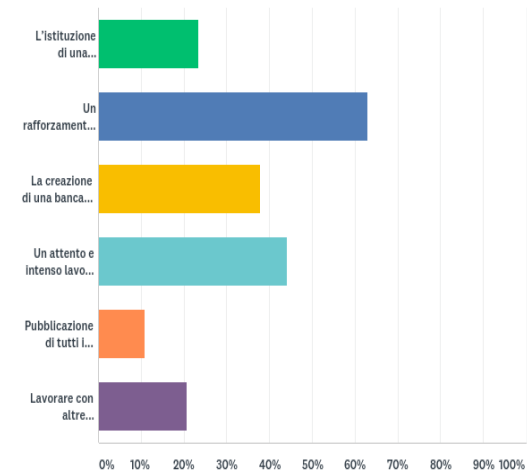
È invariata 51,73%

È diminuita soprattutto per quanto ho avuto modo di leggere/vedere/ascoltare che mi ha portato a ritenere che l'organizzazione non sia poi così in sintonia con i miei valori 14,67%

I CONSIGLI DEGLI INTERNI

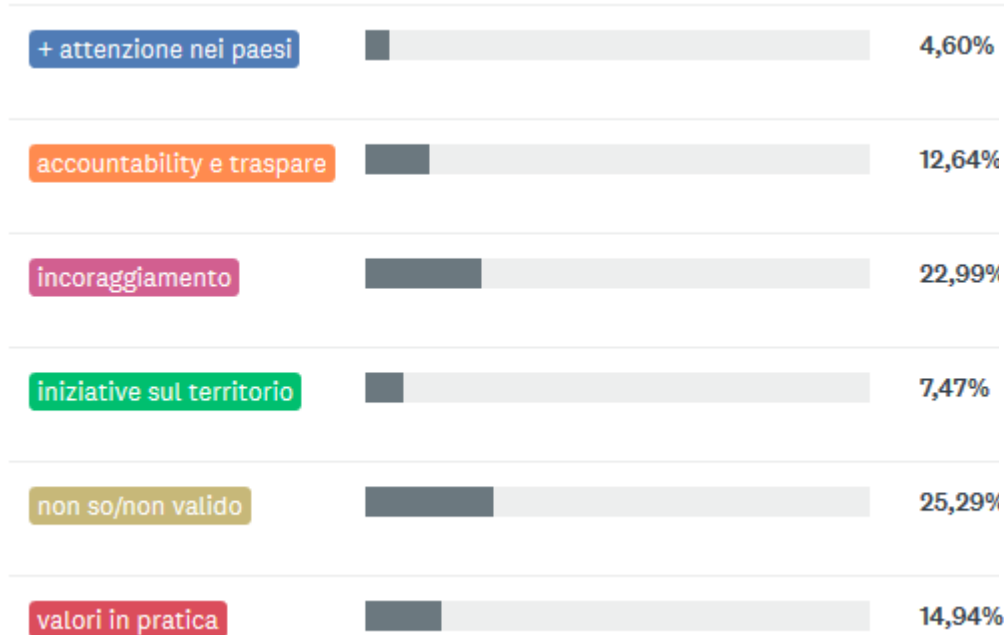


Q5 Abbiamo deciso e avviato un piano d'azione per rafforzare le nostre procedure di prevenzione e controllo di comportamenti, articolato in più punti. Indica quali di questi ti convincono di più (selezionare al massimo 2 opzioni):

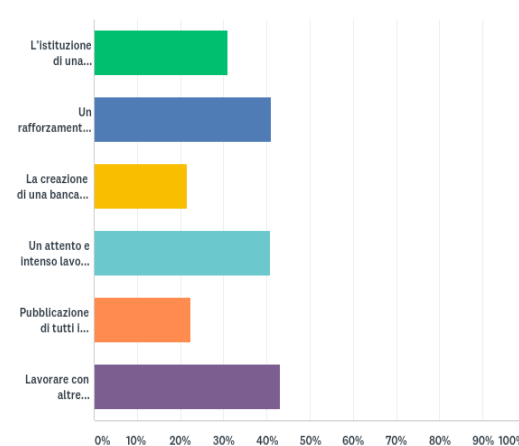


Giovani cultura Campagne Necessario Oxfam Fornire
Comunicazione Mano

I CONSIGLI DEGLI ESTERNI



Q3 Abbiamo deciso e avviato un piano d'azione per rafforzare le nostre procedure di prevenzione e controllo di comportamenti, articolato in più punti. Indica quali di questi ti convincono di più (selezionare al massimo 2 opzioni):



Saprei Questionario Italia Aggiungere Fate Mail Dare comunicazione
 Bisogno Sociali Conosco Cercare Trasparenza
 Controllo Continue Continue Credo Organizzazioni Lotta
 Azioni Coraggio Possibile Partecipare Attivamente Impegno Livelli
 Attenzione Ricchi Fiducia

WORKSHOP PER IL CAMBIAMENTO

Giovedì 21 giugno si è tenuto presso la nostra sede nazionale a Firenze il “*Workshop per il cambiamento*”, promosso da Oxfam e Methodos, con la collaborazione dell’attrice Lucilla Giagnoni e dell’Associazione Per La Retorica.

Al workshop hanno partecipato 44 stakeholder:

- interni (lavoratori, soci, membri del board, volontari)
- esterni (donatori, partner, altre ONG, istituzioni, aziende)

Durante la giornata sono stati presentati e discussi, raccogliendo input rilevanti dai partecipanti:

- risultati del percorso di ascolto
- Action Plan di Oxfam Italia in materia di safeguarding, cambiamento culturale ed
- engagement.

PRINCIPALI SPUNTI RACCOLTI



- mettere al centro dell'attenzione le vittime dei casi di abuso
- puntare sulla prevenzione
- continuare ad ascoltare
- dare conto dei progressi globali
- avere maggiori possibilità di incontro diretto con gli operatori
- sviluppare un piano di accountability digitale

OXFAM IN A PARAGRAPH:

OXFAM IS A GLOBAL MOVEMENT OF PEOPLE WHO WON'T LIVE WITH THE INJUSTICE OF POVERTY. TOGETHER WE SAVE AND REBUILD LIVES IN DISASTERS. WE HELP PEOPLE BUILD BETTER LIVES FOR THEMSELVES. WE SPEAK OUT ON THE BIG ISSUES THAT KEEP PEOPLE POOR, LIKE INEQUALITY, DISCRIMINATION AGAINST WOMEN AND CLIMATE CHANGE. AND WE WON'T STOP UNTIL EVERY PERSON ON THE PLANET CAN LIVE WITHOUT POVERTY. **JOIN US.**

GRAZIE

www.oxfam.it
[@OxfamItalia](https://www.instagram.com/OxfamItalia)



OXFAM
Italia